

PORTUGAL

EM DESTAQUE



METAWISE - ESPECIALISTAS EM LIGHT STEEL FRAMING

BETHANIA E SALIM QUADROS, CEO'S
E JOSÉ ALBERTO SILVA, DIR. COMERCIAL

DIA INTERNACIONAL
DA MULHER

PRÉMIO
"CINCO ESTRELAS"

OBRIGADO PELO PRÉMIO CINCO ESTRELAS

Um prémio atribuído pela avaliação dos clientes
é sempre inspirador.

**A sua confiança dá-nos ainda mais
vontade de fazer mais e melhor.**



Este prémio é da exclusiva responsabilidade da U-Scout Lda.

SEGUROS

A qualidade que nos marca

O empreendedorismo, qualidade, inovação e criatividade são algumas das características que marcam os testemunhos dos nossos empreendedores.

Abrangemos, como já vos habituámos, gestores de todos os setores de atividade, independentemente do seu género, idade ou raça, mas nesta edição destacamos as mulheres e o “Dia Internacional da Mulher”.

Explanamos o papel da mulher na sociedade e na gestão das empresas e o lado mais reservado: o de esposa e, nalguns casos, de mãe. Evidenciamos casos de sucesso de mulheres que teimaram em não desistir dos seus sonhos e traçaram objetivos maiores para a sua vida ou, simplesmente, o acaso trouxe uma fase que as levaram a refletir no que realmente queriam para as suas vidas. Exemplos inspiradores e que estimulantes.

E importa ainda referir que, no dia 11 de fevereiro, se celebrou o “Dia Internacional das Mulheres e Raparigas na Ciência”, foi o mês em que a nigeriana e economista, Ngozi Okonjo-Iweala, se tornou a primeira mulher à frente da Organização Mundial do Comércio e em que o robô Perseverance, da NASA, pousou com sucesso em Marte. A qualidade que nos marca assume as mais variadas formas de reconhecimento, por isso, decidimos apresentar-lhe as empresas reconhecidas com o Prémio “Cinco Estrelas” que premeiam as marcas que se distinguem, com base na opinião recolhida junto dos consumidores.

Boa leitura!
Ana Miguel Lopes

FICHA TÉCNICA

PROPRIEDADE: FRASES CÉLEBRES, LDA | Edição e Publicação: Ana Miguel Lopes | Direção Editorial: Ana Miguel Lopes ana.lopes@portugalemdestaque.pt | Jornalista: Diana Correia | Direção Gráfica: Bonnie Parker e Brais seca | fotografia de capa: Anselmo Teixeira | Publicidade e comercial: comercial@portugalemdestaque.pt | Redação e Publicidade: Rua Nova do Seixo, N.º 55, Sala 4, 4460-383 Senhora da Hora / +351 910 536 121 | Distribuição: gratuita com o semanário SOL/ dec. regulamentar 8-99/9-6 artigo 12 n.id | NÚMERO DE REGISTO NA ERC 126615 | Periodicidade: Mensal | FEVEREIRO 2021 | Estatuto Editorial: <https://www.portugalemdestaque.pt/estatuto-editorial/>

ÍNDICE

PORTUGAL

EM DESTAQUE

8



METAWISE - LIGHT STEEL FRAMING
A SUA EMPRESA ESPECIALISTA EM LIGHT STEEL FRAMING



SOMETHING GROUP
RESILIÊNCIA E DETERMINAÇÃO NO FEMININO

11



H2O - HOLISTIC HAPPINESS ORGANIZATION
"A FELICIDADE ESTÁ SEMPRE À NOSSA DISPOSIÇÃO"

16

FUSION PROJECT & CONCEPT CONSULTANTS
"AJUDAR AS PESSOAS A CONCRETIZAR SONHOS
É A MINHA GRANDE MOTIVAÇÃO"



ADENE
O CENTRO DE EXCELÊNCIA PARA A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA



QUILABAN
UMA FÓRMULA DE VIDA



AEGON SANTANDER SEGUROS
"A NOSSA MISSÃO É PROTEGER E CUIDAR DOS NOSSOS CLIENTES"



CHEF FÁBIO CARMO
FIEL ÀS RAÍZES
CONFIANTE PARA O FUTURO



NINE FINGER
FUNÇIONALIDADE E CRIATIVIDADE
AO SERVIÇO DA ARQUITETURA

A SUA EMPRESA ESPECIALISTA EM LIGHT STEEL FRAMING

Especialista em construção em Light Steel Framing, a METAWISE tem como missão desenvolver um sistema construtivo que se aperfeiçoa continuamente, com foco na sustentabilidade, satisfação do cliente e inclusão social. Para isso, aposta no desenvolvimento de construções de alta qualidade, sustentáveis e eficientes, capazes de ir de encontro às necessidades de cada cliente. Fique a conhecer melhor o sistema construtivo que tem vindo a ganhar destaque no mercado da construção civil, em Portugal.

A METAWISE é hoje uma referência na área da construção, em Portugal. Explane o percurso que tem vindo a traçar e de que forma tem vindo a conquistar o mercado.

Fundada e especialista em construção em Light Steel Framing (LSF), a METAWISE expandiu o seu core business para ser uma empresa fornecedora das estruturas de aço leve, tornando-se uma referência na área do LSF, em Portugal. A experiência como construtor, trouxe uma visão estratégica das necessidades do mercado, das suas dificuldades e das soluções a serem oferecidas para garantir a satisfação do construtor e do cliente final. A partir deste know-how, a empresa investiu num corpo técnico altamente especializado, formado por engenheiros civis e técnicos especialistas em instalações, de forma a dar uma solução de excelência para aqueles que desejam construir em Light Steel Framing.

A construção civil é uma das atividades que mais consome recursos naturais e, consequentemente, gera diversos impactos no meio ambiente. A construção em Light Steel Framing destaca-se por ser mais sustentável, apresentando um balanço ecológico positivo, comparativamente ao betão. Quais as razões que permitem enquadrar o Light Steel Framing entre a chamada construção sustentável ou “green building”?

As estruturas e perfis em aço leve, assim como os restantes materiais de revestimento, requerem um consumo muito inferior de matérias-primas e são 100 por cento recicláveis e reutilizáveis. Considerada uma construção seca, em que o consumo de água é reduzido em 80 por cento, face às necessidades da alvenaria, o LSF apresenta níveis de poluição muito diminutos dispensando químicos corrosivos e aglomerantes produzidos no momento da construção que geram resíduos e desperdícios altamente tóxicos, que acabam, devido ao seu tratamento frequentemente incorreto, por contaminar solos e águas. Uma vez que o aço galvanizado é incombustível e não apodrece nem enferruja, resistindo a incêndios



BETHANIA E SALIM QUADROS, CEO'S E JOSÉ ALBERTO SILVA, DIR. COMERCIAL

e a uma deterioração rápida, a sua preservação e a durabilidade é maior, exigindo ao longo da sua vida menos reparações, manutenções e substituições.

Graças à sua componente versátil e modelar, as estruturas de aço podem ser facilmente aumentadas ou modificadas, adaptando-se à estrutura pré-existente ou às necessidades de cada cliente?

Sim. O aço leve engenheirado fornecido pela METAWISE é formado por uma ampla gama de perfis fabricados nas medidas e com as características desejadas pelo cliente e difere do aço leve tradicional ao eliminar cortes e perfurações em obra. Pronto a montar, consegue-se um menor desperdício e sobras de recursos, gerando

estabilidade nos valores orçamentados e projetados. As estruturas fornecidas pela METAWISE são projetadas ao milímetro para saírem de fábrica nas medidas e com as características desejadas pelo cliente.

Tendo em conta as suas vantagens mais proeminentes, a construção em Light Steel Framing é, cada vez mais, uma aposta para clientes empresariais e particulares, mas também para a remodelação e reinvenção de edifícios antigos?

É de ressaltar que este sistema é um dos mais adequados, a vários níveis, para a reabilitação de edifícios. O seu baixo peso, facilita o transporte e montagem dos materiais, sendo o principal motivo para esta afirmação. Pela sua fácil adaptação e mon-

Temos como missão desenvolver um sistema construtivo que se aperfeiçoa continuamente, com foco na sustentabilidade, satisfação do cliente e inclusão social

PORTFÓLIO
CONSTRUIMOS
SONHOS!

Eng. Luís Santos



RESISTÊNCIA



SUSTENTABILIDADE



RAPIDEZ



LEVEZA

tagem, consegue rejuvenescer, requalificar e ampliar construções antigas, sem recorrer a intervenções complexas, permitindo que se mantenham as fachadas externas intactas, enquanto se constrói uma nova estrutura internamente.

Quais as bandeiras que, no futuro, continuarão a guiar a METAWISE para se manter na vanguarda da inovação e da sustentabilidade? A METAWISE pretende aproveitar esta fase de alavancagem do sistema LSF, através da partilha do know-how junto de universidades e estabelecimentos de ensino superior. A interação com o mundo académico permitirá uma partilha de conhecimento benéfica para ambas as partes. Se por um lado, permitirá à METAWISE estar na linha dianteira dos novos e distintos desenvolvimentos tecnológicos, por outro será reconhecida e contribuirá como entidade perita e formadora do sistema junto dos profissionais. A vertente social é parte integrante do ADN da METAWISE sendo, por isso, objetivo desenvolver várias ações e iniciativas de apoio e ajuda em regiões desfavorecidas de uma forma constante e atenta, visando especialmente contribuir, de acordo com as suas capacidades, no acesso a serviços e recursos para satisfação de necessidades básicas. O posicionamento estratégico de responsabilidade social coaduna-se com a atual mudança de paradigma social, desta forma a empresa dará o seu contributo sendo-lhe atribuída uma chancela ambiental e social.

BENEFÍCIOS DO LIGHT STEEL FRAMING

Além do tempo de execução que é notavelmente menor, existem outros benefícios

- **SEGURANÇA** - A construção em LSF tende a ser mais resistente e segura do que as construções em alvenaria. Apesar do peso dos materiais e do edifício em si ser substancialmente inferior ao que se observa numa construção tradicional, toda a estrutura erguida a partir de múltiplos perfis e peças metálicas conferem ao edifício alicerces, extremamente, robustos e compactos, mas também flexíveis, conseguindo desse modo uma maior resistência a sismos, intempéries e incêndios.
- **ISOLAMENTO** - Não só a proteção térmica é garantida, mas também a sonora, em função dos materiais utilizados, que conferem um isolamento acústico difícil e, habitualmente, dispendioso de conseguir por intermédio de uma construção tradicional.
- **CONTROLO DA HUMIDADE** - Os constituintes utilizados nas paredes e revestimentos do LSF, que conferem um excelente isolamento térmico, também

ajudam no controlo e equilíbrio da humidade, contribuindo para um ambiente mais seco e saudável e menos suscetível a insetos e fungos.

- **ESPAÇO E ARQUITETURA** - Pela ausência das vigas tradicionais e colunas de elevadas dimensões, o espaço e amplitude interior dos edifícios é maior, dispondo, por isso, de mais espaço e liberdade. A sua arquitetura mais versátil, contemporânea e dinâmica, que acabam por impactar muito positivamente no aspeto visual e arquitetónico, conferem outra mais-valia a este sistema.

- **DURABILIDADE** - Graças ao esqueleto estrutural e materiais habitualmente utilizados, assim como as suas conexões mais eficientes suportadas por parafusos, é expectável uma menor necessidade de manutenção do edifício e menos probabilidade de eventuais problemas nos alicerces e fundações devido ao seu menor peso, prologando assim a sua vida útil.

DIA INTERNACIONAL DA MULHER

LUTA FEMININA POR MAIS DIREITOS E MELHORES CONDIÇÕES DE VIDA E DE TRABALHO.

A comemoração do Dia Internacional da Mulher projeta, cada vez mais, a compreensão da dignidade e importância da mulher e remete à luta feminista por mais direitos e melhores condições de vida e de trabalho.

Ao longo da história, a sociedade passou por inúmeras transformações, e no decorrer dos anos as mulheres foram-se destacando e ocupando espaços de destaque na sociedade. A entrada no mercado de trabalho foi uma das principais conquistas. Se antes as mulheres eram figuras presentes em casa, cuidando exclusivamente da família, hoje ocupam diversas responsabilidades.

Cada vez mais, as mulheres assumem cargos de liderança no mercado de trabalho, têm maior aceitação e ocupam as mais variadas funções, inclusive em profissões, tipicamente, masculinas. No entanto, as diferenças ainda existem numa sociedade que continua a estabelecer desigualdades de género. Apesar das mulheres serem iguais aos homens perante a lei portuguesa, as estatísticas mostram que, as mulheres continuam a receber salários mais baixos que os homens. E, em termos de violência, os números não são nada animadores: em 2020, um total de 30 mulheres foram assassinadas, 16 das quais em contexto de violência doméstica.

Perante esta realidade, vale ressaltar que esta data não pode ser vista apenas como uma celebração anual. É um dia de consciencialização sobre a importância do papel da mulher na sociedade como um todo, consciencialização sobre a necessidade de políticas mais severas acerca do femicídio e violência contra a mulher. É um dia para celebrar sim, as imensas e significativas vitórias que ocorreram ao longo dos anos, mas também de relembrar que ainda há um longo caminho a percorrer. Como não poderia deixar de ser, nesta edição, a revista Portugal em Destaque celebra o Dia Internacional da Mulher e presta uma especial homenagem a todas as mulheres. Fique a conhecer e deixe-se inspirar por histórias de dedicação, empreendedorismo e sucesso no feminino.



RESILIÊNCIA E DETERMINAÇÃO NO FEMININO

SOMETHING GROUP



“

ENCONTRO NA MINHA MÃE UM GRANDE MOTOR DE DETERMINAÇÃO E É, SEM DÚVIDA, QUEM MAIS ME INCENTIVA E MOTIVA A SER MAIS E MELHOR, A TORNAR-ME MAIS COMPLETA.

SARA AFONSO, CEO DA SOMETHING IMAGINARY



SOMETHING IMAGINARY
www.something-imaginary.pt



CEO da Something Imaginary, da Something Real e da Something 3XY, partner da Something Perfect, presidente da BNI Descobertas, empreendedora e líder, a Sara Afonso é também um distinto exemplo de empreendedorismo e liderança. Foi com ela que estivemos à conversa para conhecer um pouco melhor o seu percurso e de que forma vê o papel da mulher no mundo empresarial.

Comecemos a nossa conversa por conhecer um pouco melhor a mulher por detrás do negócio e de que forma vem construindo o seu percurso profissional de sucesso.

Considero que a determinação é o que mais me define. Fiel aos meus valores, com curiosidade, gosto pela inovação e mudança que me caracterizam, fui traçando o meu percurso profissional. Assim, com ética esforço e entrega nasceu o Something Group, com uma equipa coesa, responsável e que adora desafios, sempre na procura das melhores soluções.

Foi da vontade de marcar a diferença que surgiu o Something Group. Fale-nos um pouco mais deste projeto e de que forma tem vindo a conquistar o mercado.

Cada empresa criada e cada trabalho desenvolvido foram pensados e concretizados para dar resposta às solicitações que nos chegavam. Acreditamos que através da criação de um conjunto de serviços que se complementam, conseguimos prestar, cada

vez mais, um serviço de qualidade e excelência capaz de dar resposta e satisfazer as necessidades dos nossos clientes.

O crescimento resulta de um processo natural. A missão que abraçámos, de acompanhar e concretizar o sonho de cada cliente, tem conquistado a amizade, a confiança e o respeito de clientes e até mesmo de outros profissionais. Tem sido a confiança e reconhecimento dos nossos clientes, a pedra angular do nosso crescimento e o que nos tem motivado para a permanente procura de novas soluções e realização. Obviamente, este crescimento é também sustentado numa equipa empenhada, dedicada, profissional e criativa, que a cada projeto procura superar-se em inovação e excelência.

Partilha o amor pela arquitetura com o seu marido, João Resende, formando uma equipa dentro e fora do Something Group. Como consegue criar um equilíbrio entre a exigente esfera pessoal e profissional?

Em tudo na vida deve existir, antes de mais, respeito mútuo. Assim, quer na esfera pessoal, quer na profissional, respeitando essa premissa, tudo o resto vem complementar e acrescentar, a confiança o amor, a admiração, o orgulho e o apoio que temos um pelo outro. É claro que as divergências também existem, mas acredito que crescemos a resolvê-las. Apesar de sermos muito diferentes, complementamo-nos muito bem e temos um equilíbrio saudável e feliz.

O que a motiva diariamente enquanto mulher e profissional a superar-se dia após dia? A superação está em acreditar. Acreditar nas pessoas, no trabalho de equipa, e, sobretudo, acreditar que os que me rodeiam confiam em mim. A motivação, por sua vez, está na minha busca diária de atingir a perfeição, mesmo que esta seja inatingível.

A ancestralidade feminina é uma das suas grandes fontes de inspiração, motivação, resiliência e determinação?

Apenas posso recomendar o que eu própria faço: não ter medo e seguir os sonhos. No entanto, sonhar não basta.



As mulheres assumem hoje um papel preponderante na sociedade e nas empresas. Quais são, na sua opinião, as características proeminentes da liderança no feminino capazes de marcar a diferença no mercado de trabalho?

Acredito que, sem dúvida, uma das principais características da liderança feminina é o sentido de responsabilidade, que nos é inculcado desde o berço. Depois, destaco também um vasto leque de características como a organização, a capacidade de alcançar equilíbrios e consensos, por vezes difíceis, e a forma muito franca com que enfrentamos as dificuldades. Para além disso, acrescento características que são adquiridas em determinados momentos da vida de uma mulher. Ser mãe é um curso intensivo de resiliência, compreensão, dádiva permanente e constante, e de interpretação de uma linguagem não verbal, que só a mulher consegue compreender. Acredito que as características mais proeminentes da liderança feminina são fruto de uma estrutura ancestral, que foi sendo transmitida de geração em geração e que foi permitindo à mulher desenvolver outras capacidades, como a famosa “intuição feminina”, que mais não é do que a sensibilidade para antecipar questões e as resolver com eficiente discricção.

Numa edição em que abordamos o Dia Internacional da Mulher e damos a conhecer líderes e empresárias de sucesso com uma atitude inovadora nas organizações, como tem visto o crescimento das mulheres na liderança de grandes projetos?

É com grande satisfação que assisto ao crescimento das mulheres na liderança de grandes projetos. No entanto, não posso deixar de esconder a minha preocupação sobre o quão demorada e tardia tem sido essa transformação. As mulheres são uma parte importante da população mundial, a outra parte são os homens. Quem consegue explicar a supremacia e privilégios de uma parte sobre a outra? Esta supremacia

refletiu-se e continua a refletir-se no atraso que tem provocado, a todos os níveis. Está provado o êxito da complementaridade de características tipicamente femininas e tipicamente masculinas, por isso, não faz sentido esta ideia de supremacia, nem sequer de competição.

Que conselho gostaria de deixar a todas as mulheres que desejem arriscar, criar o seu próprio negócio?

Apenas posso recomendar o que eu própria faço: não ter medo e seguir os sonhos. No entanto, sonhar não basta. É necessário querer concretizar e isso implica muito esforço, trabalho, cedências e, acima de tudo, tomar as decisões certas.

O ano de 2020 foi recheado de desafios, mas também de grandes conquistas. O novo ano traz consigo novas oportunidades. O que podemos esperar do Something Group para 2021?

Para a Something Imaginary podemos esperar mais um salto tecnológico. A inovação é uma ferramenta muito importante para nós, pois permite apresentar aos clientes, de forma antecipada e virtual, aquilo que a sua imaginação idealizou. Para além disso, no futuro a Something Imaginary pretende tornar-se uma empresa ainda mais sustentável, característica indispensável na atualidade. Relativamente ao Something Group, temos a novidade Something 3XY, que apesar de recentemente lançada, está-se já a evidenciar uma boa aposta. Por sua vez, a Something Perfect está a estruturar e incrementar a sua equipa, nas diversas áreas de consultoria que a compõem, sempre com o objetivo de atingir a perfeição.

A grande novidade para 2021 será, sem dúvida, a loja de Interior Design que, além da nossa linha de mobiliário, recentemente lançada, a IMA COLLECTION, terá grandes novidades e muitos produtos de marcas portuguesas feitos a partir de materiais naturais e sustentáveis.

Sem dúvida. Encontro na minha mãe um grande motor de determinação e é, sem dúvida, quem mais me incentiva e motiva a ser mais e melhor, a tornar-me mais completa. Por outro lado, as minhas avós, em contextos diferentes, de época e circunstâncias, mostraram grande capacidade de resiliência e inteligência emocional para ultrapassar os obstáculos e dificuldades que a vida lhes foi trazendo. Posso afirmar que sou herdeira de um ADN de aço, que me motiva e dá a garra necessária para procurar superar-me dia após dia.



“A FELICIDADE ESTÁ SEMPRE À NOSSA DISPOSIÇÃO”

Tendo como filosofia de vida a busca pela felicidade, a H2O – Holistic Happiness Organization procura que cada indivíduo trabalhe o autoconhecimento, para assim potenciar as suas capacidades em prol de si mesmo, das organizações e, em consequência, da sociedade e do mundo. Dália Ramalho é o rosto por detrás deste projeto e foi com ela que estivemos à conversa para conhecer um pouco melhor esta metodologia de desenvolvimento e de que forma pode ajudar pessoas e organizações a alcançar a felicidade.

de uma empresa, na qual trabalhei seis meses, pensei: “Porquê insistir na área financeira? É agora a hora de mudar”. Decidi que era hora de deixar de ser o trabalho e começar a viver com o trabalho. Comecei a trabalhar em mim o autoconhecimento, apaixonei-me imediatamente pelo desenvolvimento pessoal e acabei por perceber a falta que fez no meu percurso profissional. Ainda em 2019, tirei o curso de formadora, inscrevi-me no curso de Estudos da Felicidade, em que o criador e professor é o Dr. Tal Ben-Shahar, e nunca mais parei. O ano de 2020 foi um ano em que observei atentamente o que se passava no mundo e em que me foquei nos meus objetivos e no que podia fazer para contribuir para um mundo melhor. Sou uma pessoa feliz e sei que posso e consigo ajudar as outras pessoas a serem também.

A H2O – Holistic Happiness Organization presta serviços nas áreas de Coaching com PNL, Psicologia Positiva, Inteligência Emocional, Consultoria e Formação. De que forma são estes segmentos essenciais para estimular a felicidade pessoal e a felicidade nas organizações?

A felicidade está sempre à nossa disposição e muitas vezes em coisas muito singelas. Se não tivermos consciência das suas características e simplicidade, ela muito sorrateiramente nos foge das mãos. Nós somos o que pensamos, sentimos e fazemos, e o coaching é uma ferramenta de extrema utilidade para trabalhar exatamente pensamentos, emoções e comportamentos. Por isso,

DÁLIA RAMALHO
ANALISTA DISC & MASTER COACH

Assume-se fascinada pelo desenvolvimento do potencial humano, ajudando pessoas e organizações a encontrarem o seu caminho para a felicidade. Porquê esta paixão e de que forma a levou a criar a H2O – Holistic Happiness Organization?

Foi o meu percurso de vida no seu todo que me levou a entrar no mundo do desenvolvimento

pessoal. Vim de uma aldeia muito pequena e desde muito nova sentia que tinha de sair para o mundo, assim que pudesse. Hoje, sei que eram os meus valores basilares da independência e liberdade a falarem. Aos 18 anos vim para Lisboa licenciar-me no ramo de Administração e Controlo Financeiro. Comecei a trabalhar aos 22 anos de idade, num grupo de empresas

internacional como responsável financeira e administrativa, e durante 16 anos passei a minha vida preocupada, exclusivamente, com o trabalho. A verdade é que quando nos esquecemos, ou quando ignoramos que a vida não se centra num único contexto, as consequências vão emergindo até ao ponto em que já não podemos ignorar mais. Em 2019, quando sai



H2OHAPPINESS

www.h2ohappiness.pt | info@h2ohappiness.pt



O COACHING É UM PROCESSO DE TRANSFORMAÇÃO QUE TRABALHA A PARTE COGNITIVA, EMOCIONAL E COMPORTAMENTAL”

para viver uma vida feliz, temos de nos munir de técnicas estruturadas que nos ajudem a enfrentar, de forma eficaz e eficiente, os desafios com que a vida nos brinda. Se a felicidade é uma forma de estar na vida humana, ao aprendermos técnicas e aprendermos a sua estrutura, depois apenas necessitamos de mudar o conteúdo, e assim tornamo-nos resilientes e capacitados a abraçar o que nos aparecer com coragem e com as lentes da felicidade.

O coaching é um processo de transformação que trabalha a parte cognitiva, emocional e comportamental e que vai beber a uma série de disciplinas que trabalham precisamente estas áreas da cognição, emoção e comportamento. O coaching e a psicologia positiva, naturalmente, são aliadas uma vez que ambas visam o desenvolvimento e crescimento no ser humano. Por sua vez, a ciência da felicidade é a psicologia positiva, pelo que para mim faz todo o sentido ser

por via do coaching, formação e consultadoria, nos demais âmbitos, ajudar as pessoas a trazerem ao de cima toda a sua potencialidade. O coaching é assim um processo de mudança do local onde estamos agora (o ponto A) para onde desejamos estar (o ponto B). Esta atividade é desenvolvida com técnicas cientificamente embasadas e, quando bem estruturada e posta em prática, faz florescer e desenvolver todas as habilidades e competências. O meu propósito é ajudar as pessoas a se desenvolverem e serem felizes, o seu estado psicológico e o seu corolário físico são passíveis de serem potencializados e atingirem o alto desempenho que se traduzirá no final do dia em produtividade.

O ano de 2020 foi sinónimo de grandes desafios para pessoas e organizações. A pandemia do novo coronavírus e, consequentemente, os desafios emocionais que dela advieram, ressaltaram a

importância do coaching na busca da felicidade?

Indubitavelmente. O coaching é inquestionavelmente um excelente serviço que pode ajudar tanto as empresas como as pessoas a fortalecerem-se e a criar, ou repor, a resiliência. A resiliência é um conceito que vem da física e refere-se à capacidade que os materiais têm de acumular energia quando submetidos à pressão e depois de absorver o impacto, voltarem ao seu estado original sem deformação, como se fosse um elástico. Resiliência não é rejeitar ou ignorar emoções desagradáveis, é sim não permitir que elas nos controlem. Hoje, mais que nunca, é necessário desenvolver as pessoas para que consigam restabelecer ou aumentar os seus níveis de felicidade, para que se sintam e sejam resilientes, para superar as adversidades sem serem afetadas pelas mesmas de forma permanente e negativa. Esta habilidade pode, e deve, ser desenvolvida. Mais do que nunca, os líderes das empresas, independentemente da sua dimensão, têm um papel fundamental nas organizações para motivarem a sua equipa. Penso que as empresas podem investir no desenvolvimento dos seus líderes para que, de uma forma mais eficaz e eficiente, ultrapassem obstáculos e consigam colocar os seus profissionais a trabalhar em equipa e a rumar para a superação e desenvolvimento.

Acredita que pequenas mudanças fazem uma grande diferença nas nossas vidas e nos tornam mais felizes. As mulheres portuguesas estão a mudar e assumem cada vez mais um papel preponderante na sociedade e nas empresas. Que mensagem gostaria de deixar a todas as mulheres que pretendem mudar o rumo da sua vida, arriscar e criar o seu próprio negócio?

Pessoalmente não faço distinção de género, no entanto tenho consciência que, nós mulheres, herdamos da história da humanidade alguns fardos que ainda são desafiadores.

De forma geral as mulheres são abençoadas, fantásticas, lutadoras, e multitasking, mas não deixam de ser humanas. Um dos segredos da felicidade é a realidade.

Aceitem a realidade, assumam a responsabilidade pela vossa vida, observem atentamente as oportunidades, ganhem coragem, desenvolvam-se e trabalhem muito. Sem nunca esquecer que para se produzir, é necessário recarregar baterias, recuperar.

Da mesma forma que o trabalho é importante a recuperação também e, por vezes, é preciso parar, para arrancar. Vivam em congruência e com afinco e tudo vai dar certo. Se não der logo certo, retirem aprendizagens e sigam em frente. Procurem as ferramentas internas, elas fazem maravilhas.

“AJUDAR AS PESSOAS A CONCRETIZAR SONHOS É A MINHA GRANDE MOTIVAÇÃO”

Tiphaine Janvier é hoje um distinto exemplo de empreendedorismo e liderança feminina. Co-Founder & General Manager da Fusion Project & Concept Consultants, a nossa entrevistada realçou a importância da liderança feminina e o seu impacto no processo de transformação social.



TIPHAINE JANVIER

A Tiphaine Janvier é um exemplo de excelência no profissionalismo e na liderança feminina. Começamos por conhecer um pouco melhor a mulher por detrás do negócio e de que forma foi traçando o seu percurso profissional.

Ao longo da minha vida, sempre dei muita importância a cada uma das experiências que tive. Sempre tive os objetivos muito bem definidos e sempre soube que queria criar algo. Tirei uma licenciatura em Estudos Europeus e, mais tarde, um mestrado em Políticas Europeias. Quando frequentava o quarto ano de faculdade, decidi abraçar um emprego a part-time. Tratava-se de uma empresa na área de IT, que desenvolvia softwares de engenharia civil, e onde o meu papel era fazer traduções - de português para francês -, promover a empresa e o software que ela desenvolvia. No decorrer dessa experiência, acabei por conhecer o representante de uma multinacional francesa, que trabalhava com fundos comunitários e com benefícios fiscais, e que pretendia abrir uma filial em Portugal. Obviamente, fiquei fascinada. Como estava a terminar a licenciatura em Estudos Europeus e queria ingressar no mestrado em Políticas Europeias, percebi, imediatamente, que era a minha oportunidade. Essa pessoa pediu para lhe enviar o meu currículo passado um ano, ou seja, após concluir o meu mestrado, mas como sempre fui uma pessoa muito objetiva, pragmática e que sempre quis ser útil, não esperei um ano e, depois de entender quais eram as necessidades reais da empresa e de que forma é que o meu projeto de mestrado os poderia ajudar, entrei em contacto. Iniciei o estágio enquanto fazia o meu mestrado e, depois de defender a tese, fui convidada para assumir o cargo de business developer. A partir dessa data toda a minha aprendizagem se desenvolveu a par com o marketing estratégico, operacional e na área de comunicação, tendo assumido o cargo de marketing manager uns anos mais tarde e ainda, integrado o comité de direção da filial portuguesa, sendo que era a mais jovem mulher a integrar este comité. No entanto, chegou uma altura em que percebi que queria fazer algo diferente.

FUSION

Project & Concept Consultants

PARA NÓS, A CONSULTORIA DE CONCEITO, PASSA POR CRIAR ESPAÇOS QUE TENHAM POR BASE CONCEITOS DIFERENCIADOS E COM UMA IDENTIDADE PRÓPRIA. ACREDITO QUE, COMPLEMENTARMENTE, A VIABILIZAÇÃO DOS PROJETOS É TAMBÉM UM DIFERENCIAL DA FUSION.

“

O QUE MAIS ME INSPIRA É A POSSIBILIDADE DE PODER FAZER ACONTECER. NA FUSION, EU TENHO A POSSIBILIDADE DE AJUDAR A CONCRETIZAR SONHOS DE UMA VIDA. DE FACTO, EXISTEM PROJETOS QUE ESTÃO HÁ VÁRIOS ANOS ‘NA GAVETA’ E QUE PRECISAM DO NOSSO ACOMPANHAMENTO PARA SE TORNAREM REALIDADE.

Tinha tido uma experiência muito enriquecedora que me tinha dado um grande conjunto de competências e que, agora, desejava aplicar num projeto diferente. A grande dúvida era perceber que projeto seria. Na altura, contactei o meu atual sócio, que tive oportunidade de conhecer num evento ligado à inovação, e com quem tinha tido uma grande empatia, para lhe pedir uma opinião. Acabou por surgir a ideia de criarmos uma empresa juntos, o que acreditei que fazia todo o sentido, uma vez que, conseguiríamos desta forma juntar dois perfis distintos, mas que se complementavam. Assim, surgiu a Fusion Project & Concept Consultants, em 2018.

A Fusion Project & Concept Consultants surgiu em 2018, sendo hoje uma empresa de sucesso na área de consultoria de conceito. Fale-nos um pouco mais sobre este projeto e de que forma se diferencia no mercado.

A Fusion surge em 2018 com o objetivo de criar uma consultoria de conceito tendo por base a fusão de culturas e disciplinas, e desde então as coisas foram acontecendo de forma muito orgânica. Nessa altura, havia muitos investidores estrangeiros em Portugal, que desejavam investir no nosso país, mas que



não sabiam como, nem onde. Começámos a ser contactados por esses investidores que necessitavam de ajuda no processo, ou seja, necessitavam de uma consultoria ligada à parte estratégica. O nosso papel, numa primeira fase, era o de alinhar a estratégia do investidor à estratégia do município, onde desejavam investir. Trabalhamos com três segmentos de mercado, o público, o privado e particulares, pelo que tanto desenvolvemos projetos de negócio, como projetos desportivos e projetos de intervenção urbana. Concluída a fase estratégica, iniciamos o desenvolvimento do conceito do projeto de arquitetura, que envolve sempre uma grande dose de criatividade e originalidade por parte da equipa, para que cada projeto tenha uma identidade única, desenvolvemos conceitos ‘fora da caixa’. Daí a origem do nosso slogan ‘Seriously Creative’. Para nós, a consultoria de conceito, passa por criar espaços que tenham por base conceitos diferenciados e com uma identidade própria. Acredito que, complementarmente, a viabilização dos projetos é também um diferencial da Fusion. O acompanhamento dado aos investidores desde início, com o objetivo de viabilizar e permitir que estes projetos se

tornem possíveis, é fulcral e torna a Fusion num projeto único.

Com um percurso profissional notável, onde impera a vontade de aprender, mas sobretudo de abraçar novas experiências, a Tiphaine Janvier é um distinto exemplo de empreendedorismo e liderança no feminino. O que a inspira e motiva diariamente enquanto mulher e profissional?

O que mais me inspira é a possibilidade de poder fazer acontecer. Na Fusion, eu tenho a possibilidade de ajudar a concretizar sonhos de uma vida. De facto, existem projetos que estão há vários anos ‘na gaveta’ e que precisam do nosso acompanhamento para se tornarem realidade. O facto de poder contribuir para concretizar esses projetos, e saber que isso também poderá ter um grande impacto social, é muito emotivo. Por outro lado, sou também muito motivada pela aprendizagem diária que esta área me dá. Nunca há um dia igual ao outro e essa diversidade de desafios é fascinante. A sensação de saber que posso ajudar as pessoas a realizar os seus sonhos, aliada ao desafio de aprender e fazer sempre mais, é a minha grande motivação.



NÓS, MULHERES, TEMOS A EMPATIA, A CAPACIDADE DE CRIAR RELAÇÕES INTERPESSOAIS E DE INSPIRAR OUTRAS PESSOAS, OU SEJA, MAIS DO QUE SER CHEFES, CONSEGUIMOS SER LÍDERES.

Empresária, co-Founder & General Manager da Fusion Project & Concept Consultants e esposa. Como consegue criar um equilíbrio entre a exigente esfera e profissional e pessoal?

Procuro dedicar-me de igual forma à vida pessoal e à profissional. Esse equilíbrio só é possível graças ao apoio familiar que tenho. A partir do momento em que existe apoio familiar, tudo é possível. Para além disso, se pudermos juntar ao apoio familiar a flexibilização de horários, a flexibilização do local de trabalho e a noção de bem-estar, conseguimos atingir os nossos objetivos. Na Fusion, mesmo antes da pandemia, já tínhamos em vigor esta política de flexibilização de horários e do local de trabalho, isto também porque dependemos, em parte, da criatividade que, como sabemos, não tem horários definidos. Diria que estes quatro aspetos, que para mim são imprescindíveis, são fundamentais para que se consiga alcançar um equilíbrio perfeito entre a esfera pessoal, social e profissional.

As mulheres assumem, cada vez mais, um papel preponderante na sociedade e nas empresas a realidade não é diferente. Quais são, na sua opinião, as características diferenciadoras da liderança feminina?

Obviamente, existem características biológicas e neurológicas que acabam por diferenciar o homem e a mulher. O homem é, tendencialmente, visto como alguém mais racional, enquanto que a mulher é considerada mais empática. A liderança feminina é marcada sobretudo pelas soft skills das mulheres. Nós, mulheres, temos a empatia, a capacidade de criar relações interpessoais e de inspirar



outras pessoas, ou seja, mais do que ser chefes, conseguimos ser líderes. Todos sabemos que a satisfação do cliente está no centro das preocupações das empresas. Essa satisfação consegue-se com esta preocupação, com esta empatia, com a escuta ativa, com a aplicação das soft skills intrínsecas às mulheres. Porém, é de realçar que os homens, cada vez mais, têm a preocupação de adquirir estas competências, que apesar de não serem intrínsecas, são passíveis de serem desenvolvidas, através, por exemplo, de coaching. Quanto a mim, depressa percebi que a minha sensibilidade me ajudava e prejudicava, e que por isso era necessário conjuga-la com a disciplina e racionalidade da gestão, desenvolvendo planos de ação, delineando metas, monitorizando indicadores de performance, que me permitissem ser crítica e ágil nas minhas ações. É necessário trabalhar e apostar na formação e foi por isso que tirei um curso na International Coaching and NLP Training Academy. Efetivamente, homens e mulheres têm características importantíssimas e que são uma mais-valia para os cargos de chefia que ocupam e/ou para as empresas que lideram. Por isso, acho que, cada vez mais, o sucesso passa por juntar as competências dos dois e encontrar um equilíbrio.

Muito mais do que o simples ato de empreender, o empreendedorismo feminino pode, e deve, ser visto também como um importante instrumento de transformação social?

Sim, sem dúvida. Sabemos que as principais dificuldades que temos nas organizações estão intimamente ligadas à esfera social. Isto porque, na esfera social, a mulher era vista como a que cuidava dos filhos e que tinha as responsabilidades familiares, era vista como uma pessoa extremamente emotiva, pouco racional, que não conseguia tomar decisões, ou gerir equipas. Ora, os comportamentos da esfera social têm-se alterado, as responsabilidades familiares já não são somente depositadas nas mulheres, o que nos permite perfeitamente conciliar o nosso papel enquanto esposa ou mãe com os nossos compromissos profissionais. Atualmente, também assistimos a uma mudança de mentalidades nas organizações, começam a perceber que nós, mulheres, também conseguimos ser boas profissionais, boas empresárias e boas gestoras. Tal como referi anteriormente, é graças à minha esfera social que eu consigo ter um meu projeto de empreendedorismo. Por isso, os dois têm obrigatoriamente que mudar em simultâneo. Não existe outra forma.

Estima-se que em Portugal cerca de 35 por cento dos novos negócios são fundados e liderados por mulheres. Que conselho gostaria de deixar a todas as mulheres que, tal como a Tiphaine Janvier desejem arriscar e marcar a diferença?

O medo de não se ser bem-sucedido vai sempre existir. No entanto, se houver a ousadia, se não houver o medo de falhar e se tivermos consciência dos nossos pontos fortes e dos nossos pontos fracos, conseguimos construir o que nós quisermos.

Vejamos: se tiver consciência dos meus pontos fortes, vou procurar potencia-los; se tiver noção dos meus pontos fracos, vou procurar corrigi-los e melhorar. A partir do momento em que temos estas ferramentas, é só avançar. No fundo, é não ter medo de arriscar, mas querer simultaneamente melhorar.

O início de um novo ano traz consigo novas oportunidades. O que podemos esperar da Fusion Project & Concept Consultants para 2021?

Obviamente, a pandemia trouxe alguns desafios. Tivemos clientes que queriam investir em determinados projetos e que tiveram de adiar o seu início. Por outro lado, também tivemos clientes que viram estas dificuldades como uma oportunidade e lançaram-se, mesmo assim. O ano de 2020 foi muito desafiante, tínhamos vários projetos de 2019 que pretendíamos lançar, mas que acabaram por ser adiados. Acredito que 2021 será sobretudo um ano de concretização destes e de novos projetos, de diversas tipologias, tanto na esfera do público, como do privado.

A CORAGEM DE DEFENDER A IGUALDADE

A IGUALDADE É COMO UM BARCO A FLUTUAR, HÁ QUE NIVELAR PESOS, PARA QUE NÃO AFUNDE.

É um desafio, quando nos aproximamos das comemorações internacionais do dia das conquistas da mulher, escrever sobre a igualdade no feminino. Este ano confinados nas nossas casas, esperemos que alguns homens tenham aprendido o que foi a prisão no lar, ou que continua a ser, para muitas mulheres.

Já não viverei para ver o dia em que a igualdade será “tão exagerada” que os advogados lutarão para tratar de forma desigual, o que não é igual e em que a justiça será mais importante do que a lei. O dia em que não queiramos tratar iguais, mas diferente, não superiores uns aos outros, mas mais merecedores uns, do que outros, porque somos todos diferentes. Aí o que se discutirá será a definição de merecimento e não o de igualdade, para uma utopia desejável.

Vejam-se as responsabilidades parentais, das crianças divididas à quinzena, entre progenitores em casas diferentes, que por muitos é defendida como a igualdade imperativa. Pode ser uma forma de aliviar os tribunais de reunir mais meios complementares de diagnóstico (relatórios de assistentes sociais / etc). Mas uma decisão justa nunca é tratar o que é diferente, como igual. E as mulheres também vêm conquistando essa diferença, porque esta também é necessária e justa.

E temos a questão da união de facto. Há dias li uma mensagem de telemóvel, numa situação de união de facto, dizendo que, não sendo casados, não havia nenhum dos deveres previstos no artº 1672º do Código Civil, para o casamento, em que “os cônjuges estão reciprocamente vinculados pelos deveres de respeito, fidelidade, coabitação, cooperação e assistência”. Embora não possa concordar com esta interpretação radical, pergunto-me se o leitor acertaria no emissor e recetor da mensagem. Até porque o casamento pode ser benéfico para uma das partes e prejudicial para a outra, dependendo da situação concreta, pondo-se a questão se o instituto atual pode ser aperfeiçoado, por legislação ou apenas por uma justiça corajosa.

Mesmo que a união de facto se aproxime do casamento, nunca será o mesmo. O Supremo Tribunal de Justiça acaba de condenar um homem a pagar 61 mil euros à ex-companheira, de quem se terá separado sem nunca terem casado, como compensação por esta ter desempenhado o trabalho doméstico, durante 30 anos, em exclusivo. E repare-se que nem



TÚLIO M ARAÚJO, CRISTINA CASTRO & ASSOCIADOS - SOCIEDADE DE ADVOGADOS RL

Morada: Praça José Fontana nº 11, 6º Dtº 1050-129 Lisboa - Portugal

email: tulio-2949P@adv.ao.pt

http://www.tmacc-advogados.com/

Tel: +351 21 316 29 87 | +351 21 316 27 06 | **Fax:** +351 21 315 06 57

Skype: tuliomachadoaraujo

teve que ser alterada a lei. A decisão estará baseada num último reduto que os juristas usam quando alguém empobrece (neste caso a mulher) e esse empobrecimento permite o enriquecimento do outro (neste caso o homem). É o residual enriquecimento sem causa, artº 473º do Código Civil. Veja-se como tanto se clama por novas leis, quando o necessário para se ser justo já existe. Mas foi preciso que esta mulher não desistisse. Este enriquecimento apareceu pela primeira vez num Acórdão da Relação de Lisboa em 14/2/1933. Ainda vigorava o Código Civil de 1867. Só em 1966 o atual Código expressou este direito. Agora tivemos que esperar 10 anos para

ver uma decisão contrária à de 6/7/2011, em o mesmo tribunal dizia que não estando o unido de facto vinculado ao cumprimento dos deveres conjugais (que referi) e porque o regime da união de facto nada prevê sobre isso, não existia direito a indemnização pela rutura da união, nem pelos danos que a dissolução tenha causado, concluindo (em 2011) que em caso de dissolução da união de facto, o trabalho doméstico, participação livre para a economia comum baseada na entajuda ou partilha de recursos, não conferia o direito de restituição do respetivo valor. Faltava a coragem de defender a igualdade, pois a lei, essa não mudou.



ISABEL LEÃO, CEO

UM OLHAR FEMININO SOBRE O MERCADO IMOBILIÁRIO

Isabel Leão lidera uma equipa de duas dezenas de profissionais na ERA Santarém e quem trabalha com ela sabe que valores como a dedicação e o carácter são o principal alicerce do seu percurso profissional. Fique a conhecer nesta edição um pouco melhor a empresária, líder e profissional que vem conquistando o ramo imobiliário ribatejano.

A Isabel Leão lidera hoje uma equipa de 20 profissionais na ERA Santarém, mas o ramo imobiliário nem sempre fez parte dos seus planos. Poderíamos começar a nossa conversa por conhecer um pouco melhor a mulher por detrás da profissão e de que forma foi traçando o seu percurso profissional.

Posso afirmar que surgiu com uma brincadeira. A verdade é que nunca gostei de estar parada e um dia uma amiga da minha mãe, que tinha acabado de abrir o seu

negócio, convidou-me para ir trabalhar com ela nas férias. Aceitei o convite e, simplesmente, acabei por me apaixonar pela área. Alguns anos mais tarde, e após outras experiências profissionais, surgiu o desafio de abraçar novamente esta área. Primeiro comeci com uma sócia, em 2002, e em 2006, acabei por me tornar proprietária da ERA Santarém. Apesar dos primeiros tempos não terem sido fáceis, o balanço deste projeto é bastante positivo. É preciso ser persistente, porque

as coisas não caem do céu. Mas quando o trabalho é feito com gosto e vontade, tudo acaba por correr da melhor forma.

O mercado imobiliário é um dos mais competitivos. A credibilidade e eficiência são fundamentais para fazer a diferença perante o cliente. Porquê que a ERA Santarém é a escolha acertada para quem quer comprar, vender ou arrendar casa?

A seriedade e o profissionalismo são o mais importante e a prin-



principal característica da ERA Santarém. É importante que quem nos procura perceba que estamos aqui para os ajudar. Estamos aqui para ajudar os vendedores a vender as suas casas o mais rapidamente possível e ao melhor preço e estamos aqui para ajudar o comprador a encontrar a sua casa de sonho, dentro dos valores que pode e que quer pagar. Quando conseguimos ajudar os nossos clientes a alcançar os seus objetivos, percebemos que estamos no caminho certo.

Um dos principais designios da ERA é a contratação de grandes talentos. Como caracteriza a equipa de profissionais desta agência?

A equipa da ERA Santarém é, acima de tudo, feita de pessoas com muito carácter e seriedade. Obviamente, que a ambição também faz parte da fórmula, mas são sobretudo valores como a seriedade, a dedicação, o empenho e o profissionalismo que diferenciam a equipa desta agência. Para além disso, temos a sorte de ter uma equipa unida e coesa que se ajuda mutuamente, como uma verdadeira família. É claro que, a excelência desta equipa é também fruto do exemplar acompanhamento prestado pelos nossos diretores comerciais.

A pandemia da Covid-19 mudou a forma como se “vive” em casa. As horas passadas dentro de casa, durante o confinamento, mudaram a perceção dos clientes em relação à importância da casa e das suas particularidades?

Sim. As pessoas têm agora uma perceção diferente da casa onde vivem. Se antes, a grande maioria das pessoas usava a casa como dormitório, hoje a realidade é bem diferente. Atualmente, as pessoas dão mais importância a pormenores que até ao ano passado não eram tidos em consideração. O espaço exterior passou a ser mais valorizado, e registou-se uma maior procura por imóveis com escritório, ou espaço extra, por exemplo. Esta é uma tendência que vem crescen-

do no mercado imobiliário e que, infelizmente, não conseguimos saber se irá continuar por muito tempo ou não.

Para além da mudança na perceção dos clientes, esta pandemia trouxe-nos também uma nova realidade a que tivemos de nos adaptar. Atualmente, já realizamos visitas virtuais a imóveis, através da realização de videochamadas com os clientes interessados na sua aquisição. Acredito que a adaptação é necessária e acaba, de certa forma, por estimular o nosso crescimento. Muitas vezes, estamos tão formatados para fazer as coisas de uma determinada forma que acabamos por achar que não é possível fazer-las de outra maneira. No entanto, quando somos obrigados a mudar, acabamos por nos reinventar e adaptar a uma nova realidade, que nos dá mais experiência e capacidade de enfrentar os desafios.

Recentemente, foi distinguida com o Galardão Mulher Empresária pelo jornal “O Mirante”, sendo hoje um exemplo distinto de empreendedorismo e liderança feminina. Gostaria de escutar a sua reação a este reconhecimento e o que a inspira e motiva enquanto mulher e profissional a dar sempre o melhor de si.

Confesso que fiquei surpreendida com este prémio, mas muito satisfeita e feliz. É sempre bom sermos reconhecido pelo esforço, empenho e dedicação que damos a um projeto. Acredito que a minha principal motivação e o que me inspira a dar sempre o meu melhor são os objetivos a que me proponho. Quando temos objetivos definidos e gostamos do que fazemos, queremos sempre dar o nosso melhor. Para além disso, saber que, através do meu trabalho, posso ajudar pessoas, deixa-me muito satisfeita



“GOSTAMOS DO QUE FAZEMOS, QUEREMOS SEMPRE DAR O NOSSO MELHOR”

e acaba também por representar uma enorme motivação para nunca desistir.

As mulheres assumem, cada vez mais, um papel preponderante na sociedade e nas empresas a realidade não é diferente. Quais são, na sua opinião, as características diferenciadoras da liderança feminina?

De facto, as mulheres têm diversas características intrínsecas que se revelam uma mais-valia em cargos de liderança. Desde logo, as mulheres são, naturalmente, mais assertivas e objetivas, mais determinadas e descomplicadas, mais práticas e, simultaneamente, mais multifacetadas. Acredito que muitas destas características são resultado de uma herança geracional que, fruto das diferentes responsabilidades que foi ‘obrigada’ a assumir ao longo de décadas, concedeu à mulher características próprias e diferenciadoras.

Numa edição em que abordamos o Dia Internacional da Mulher e damos a conhecer líderes e empresárias de sucesso com uma atitude inovadora nas organizações, que mensagem gostaria de deixar a todas as mulheres que desejem, tal como a Isabel,

marcar pela diferença no mundo empresarial?

O único conselho que posso dar é: arriscar. Desde que estejam reunidas as condições necessárias, devem seguir a sua vontade e avançar sem medos. Na minha vida, procuro seguir a máxima: Prefiro arrepender-me do que fiz, do que aquilo que não fiz. Por isso, se, realmente, sentem que estão preparadas para dar esse passo, estão confiantes no projeto e determinadas em lançar-se no mercado de trabalho, arrisquem e vão sem medo. Sem coragem e determinação nada se consegue.

Com um percurso marcado pelo sucesso a ERA Santarém é uma referência no mercado imobiliário da região. O que podemos esperar desta agência para o futuro?

O futuro será certamente de muito trabalho e empenho. Continuaremos a trabalhar diariamente, procurando superar os desafios que vão surgindo, porque, como se costuma dizer, para a frente é que é o caminho. Para além disso, está nos nossos planos alargar a nossa equipa de consultores e já nos encontramos, neste momento, a recrutar diretores comerciais.



SAÚDE FEMININA

8 DE MARÇO

O Dia Internacional da Mulher, instituído no dia 8 de março, é dedicado às lutas e conquistas femininas na sociedade. Nesta data que representa não só importância da mulher, mas também uma celebração à vida, relembramos a importância do bem-estar e saúde femininos. Mães, esposas e profissionais, não importa a idade: as mulheres precisam ter cuidados diferenciados com a saúde. Ao longo de todo o seu ciclo de vida, ter um acompanhamento especial a cada período é essencial. Tão importante como o acompanhamento profissional é o autocuidado. Desengane-se quem pensa que o autocuidado se limita a cuidados estéticos ou de beleza. O autocuidado vai além disso e impacta não apenas a autoestima, mas também a saúde e a forma como a mulher encara o seu lugar na sociedade. É certo que a mulher traz consigo uma tendência nata para cuidar, mas principalmente, para cuidar do outro e, na grande maioria das vezes, esquece-se de cuidar de si. Conhecer o próprio corpo, ter mudanças no estilo de vida, estar vigilante e preparada para identificar sintomas físicos e psíquicos de maneira precoce é fundamental e pode garantir uma boa qualidade de vida. Numa altura em que passamos a dar mais valor à saúde e à sua importância, que tal fazer desse olhar atento um novo hábito?



PROCARE HEALTH TEM RESPOSTAS PARA A MULHER DE HOJE

Focalizada na saúde e bem-estar da mulher, a Procure Health foi recentemente distinguida com o prémio “Laboratório Mais Comprometido com a Saúde da Mulher”. Em entrevista, Miguel Coelho, Country Manager da Procure Health Portugal, reconheceu a importância desta distinção e reforçou o principal propósito do projeto: encontrar “respostas para a mulher de hoje”.

A Procure Health Portugal assume-se como uma marca focada na saúde e no bem-estar da mulher, apostando no desenvolvimento de produtos que constituem opções terapêuticas relevantes na saúde feminina. Quais são, atualmente, as principais áreas de investigação da Procure Health?

Enquanto especialistas na saúde da mulher, os nossos produtos têm em comum o facto de terem uma base natural ou de síntese não química e de serem totalmente isentos de hormonas, desenvolvidos para o tratamento de diversas patologias na saúde feminina. Atualmente, o nosso portefólio dispõe de soluções terapêuticas nas áreas de Gine-Oncologia, Menopausa, Vulvovaginites e Hidratação e Disfunção Sexual Feminina.

Ao longo do tempo, a Procure Health tem vindo a identificar necessidades latentes de formular, investigar, desenvolver, produzir e de lançar uma gama de produtos inovadores. Quais as mudanças mais impactantes que, nos últimos anos, ocorreram no universo feminino, no que à saúde diz respeito?

A questão que me coloca é pertinente e permite-me falar sobre a mulher, sendo que um dos nossos propósitos é o de encontrar ‘respostas para a mulher de hoje’. Depois de um percurso que trilhou para singrar num mundo muito controlado pelos homens, é hoje inquestionável o lugar que a mulher ocupa na sociedade, nas organizações, mas também nas famílias, por mérito próprio. No que diz respeito à saúde feminina e à forma como



MIGUEL COELHO, COUNTRY MANAGER

é encarada, existe um maior pragmatismo. Quando existem sinais ou sintomas de que algo não está bem, a mulher procura soluções que sejam eficazes. Mas, nem tudo é perfeito e existem áreas onde ainda há um longo caminho a percorrer, como por exemplo a disfunção sexual feminina, que continua um pouco escondida e que é um assunto sério que pode, e deve, ser tratado seriamente.

A Procure Health foi distinguida com o prémio “Laboratório Mais Comprometido Com a Saúde da Mulher”, na 5.ª edição da iniciativa “Objetivo Bemestar”. Gostaria de escutar a sua reação a este reconhecimento e o que distanciou a Procure Health.

O racional dos nossos processos de investi-

gação decorre da necessidade que identificamos na saúde e bem-estar da mulher, que bem conhecemos. Lançamos produtos em áreas onde encontramos lacunas terapêuticas, ou onde percebemos que poderemos oferecer soluções mais eficazes. Este prémio foi encarado por todos como mais um reconhecimento e como uma garantia de que estamos a fazer bem o que nos propusemos construir: uma empresa que se focaliza nas pessoas, desenvolvendo e melhorando continuamente os seus processos e os seus projetos para fazer mais e melhor em tantos países quanto possível. Honram-nos os prémios, mas eles representam sobretudo o combustível que alimenta a energia positiva, que está presente em cada um de nós.

Tendo sempre como mote a inovação e o desenvolvimento de produtos focados na saúde e bem-estar da mulher, o que podemos esperar da Procure Health Portugal para 2021?

No futuro, teremos, a breve trecho, novidades ao nível da fertilidade e iremos reforçar o investimento na Ginecologia Oncológica, quer em relação ao desenvolvimento clínico na área do HPV, quer em novas formas de combater o cancro, tendo para tal vindo a construir parcerias estratégicas. O nosso pipeline inclui diversos produtos que, estamos seguros, serão no futuro soluções para problemas de saúde onde existe espaço para inovar e para melhorar as terapêuticas existentes. Não impomos limites para o que fazemos, garantindo sempre que o fazemos bem.



Procare
Health
Naturally woman



Respostas PARA A
mulher de hoje

www.procarehealth.com.pt

PCHP - WOMEN CARE UNIPessoal, LDA
Lagoas Park, Edifício 7, Piso 1 Sul
2740-244 Porto Salvo
NIF: 514 512 377

“WE MAKE IT HAPPEN”



A GBSO - Global Brands Solutions representa, atualmente, em Portugal mais de duas dezenas de marcas estrangeiras e gere mais de 500 referências, a grande maioria produtos de higiene e cosmética. Para esta edição estivemos à conversa com Rita Palma, Partner e Marketing Manager da GBSO, que nos deu a conhecer um pouco melhor a empresa e a sua marca própria de higiene corporal, a Sof & Co.

WWW.SOFTANDCO.PT
 FACEBOOK.COM/SOFTANDCO
 INSTAGRAM.COM/SOFTANDCO OU @SOFTANDCO

Quais as linhas que têm guiado a GBSO ao longo dos anos e de que forma vem cumprindo a missão de agregar valor às marcas parceiras?
 A GBSO é constituída por uma equipa muito experiente nesta área, com grandes contactos em termos internacionais e cuja qualidade do trabalho tem sido reconhecido por todos os parceiros de negócio: donos das marcas, clientes, fornecedores e consumidores finais. A grande flexibilidade, capacidade de adaptação a novas situações, rapidez de atuação e a inovação têm sido os elementos-chave no sucesso da nossa empresa e das nossas marcas, sobretudo em tempos tão instáveis e dinâmicos como os de hoje.

O confinamento veio reforçar para empresas, marcas e organizações portuguesas a importância do desenvolvimento de uma estratégia de marketing e comercial, privilegiando a criação de conteúdos para o online e de campanhas digitais?

A empresa e as nossas marcas já privilegiavam esse meio de comunicação, mesmo antes da pandemia. Grande parte dos orçamentos de marketing já eram canalizados para campanhas digitais, criação de conteúdos e campanhas com influencers. Sempre com uma grande preocupação: informação, transparência e relevância. A pandemia veio acelerar ainda mais a nossa atividade nesta área passando de eventos offline para online e passando algum investimento que tínhamos em media tradicional para media digital.



RITA PALMA, PARTNER E MARKETING MANAGER

A sustentabilidade está na ordem do dia e os produtos de higiene pessoal não fogem à regra. A pandemia veio acelerar esta e outras tendências?

A sustentabilidade é central na empresa tendo a GBSO no seu portefólio muitas marcas com posicionamento sustentável. Grande parte das nossas marcas são francesas e o mercado francês está muito evoluído nesta área, onde se encontram muitos produtos sustentáveis e orgânicos acessíveis tanto em termos de distribuição como de preço. Infelizmente, em Portugal só recentemente se começou a abrir o mercado para este tipo de produtos, nomeadamente a grande distribuição. Foi uma batalha dura até agora, mas finalmente, também como reflexo da aceleração vinda da pandemia, começam a abrir mais as portas.

Em 2017, a GBSO lançou a sua própria marca de higiene corporal, a Soft & Co, que disparou as vendas, em 2020, assumindo-se com uma verdadeira marca para o consumidor português. O que esteve por detrás da elevada procura registada?

A Soft & Co é a única marca nossa, 100 por cento produzida em Portugal de cuidado de corpo vegan. O ano passado duplicou as vendas, não só fruto dos lançamentos que fizemos como também fruto da valorização dos produtos fabricados em Portugal pelo consumidor. Por outro lado, o reconhecimento por parte do consumidor da excelente relação qualidade/preço.

A marca criou uma empatia com os consumidores espetacular. Este ano teremos muitas novidades e os nossos consumidores foram ouvidos nesse processo. Lançámos a loja online em novembro passado e tem sido um sucesso.

Numa edição em que assinalamos o Dia Internacional da Mulher, quais as mais recentes novidades dedicadas ao cuidado e bem-estar feminino, apresentadas ao mercado?

Mais de 90 por cento das nossas marcas são destinadas a higiene, bem-estar e beleza feminina. Novidades são muitas nos vários segmentos desde o cabelo, passando pelo corpo e pela higiene oral.

Na Soft & Co vamos ter grandes novidades e estamos a preparar a loja online para que todas as marcas fiquem mais acessíveis.



VISITE A NOSSA
LOJA ONLINE
WWW.SOFTANDCO.PT



SOFT & CO®



APOIAR PORTUGAL COMEÇA EM NÓS

#JUNTOSSOMOSMAISFORTES

SIGA-NOS



SOFT & CO® é uma marca registada propriedade de GBSO Solutions, Lda

À VENDA EM:
HIPERS, SUPERS, DRUGSTORES E FARMÁCIAS

PRÉMIO “CINCO ESTRELAS”

NO TOPO DA PREFERÊNCIA
DOS PORTUGUESES

Já todos nós usámos a expressão “Cinco Estrelas” para nos referirmos a algo que é realmente muito bom. No entanto, “Cinco Estrelas” é também um sistema de avaliação que mede o grau de satisfação que os produtos, serviços e marcas conferem aos seus utilizadores. Tendo como critérios de avaliação as principais variáveis que influenciam a decisão de compra dos consumidores como a Satisfação pela Experimentação, Relação Qualidade Preço, Intenção de Compra/Recomendação, Confiança na Marca e Inovação, o Prémio “Cinco Estrelas”, tem como objetivo ajudar os consumidores a identificar o que de melhor existe no mercado, ao nível das marcas, produtos e serviços, de forma a que as suas escolhas possam ser as mais acertadas.

Durante nove meses, cerca de 260.000 consumidores avaliaram 990 marcas organizadas em 179 categorias. O elevado nível de exigência da metodologia “Cinco Estrelas” destacou assim 125 vencedores que em 2021 foram considerados pelos consumidores portugueses como extraordinários, ou melhor, realmente “Cinco Estrelas”. Nesta edição fique a conhecer alguns dos vencedores deste prémio que, em diferentes categorias, levam até aos consumidores o que de melhor existe no mercado português.



PRÉMIO
CINCO
ESTRELAS
— ★ ★ ★ ★ ★ —
2020

A ADENE é a agência nacional para a energia



Agência para a Energia

No centro da nossa missão estão as pessoas. A nossa ambição é reforçar o posicionamento de Portugal na descarbonização e ser um parceiro ativo da transição energética, fortalecendo parcerias, dinamizando a política pública e estar mais próximo dos cidadãos. Com toda a Energia!



Visite-nos em adene.pt



O CENTRO DE EXCELÊNCIA PA

A ADENE está entre os vencedores do Prémio “Cinco Estrelas” 2021 com as iniciativas AQUA+, na categoria de “Eficiência Hídrica de Imóveis”, CLASSE+, na categoria “Eficiência Energética para Janelas” e Poupa Energia, na categoria “Energia – Simulador de Poupança. Como reage a estes prémios?

Estamos muito satisfeitos com estes prémios. A ADENE tem vindo a demonstrar a sua excelência e o compromisso em melhorar as suas iniciativas, cujo foco são os cidadãos, ajudando e incentivando a escolhas mais eficientes e racionais no consumo de energia e água. A notoriedade e credibilidade destes prémios são uma importante ajuda no cumprimento da missão da ADENE. Nos casos do CLASSE+ e do AQUA+, o prémio traduz o reconhecimento, dos cidadãos e das empresas. No caso do Poupa Energia, que já tinha obtido esta distinção, as opiniões dos consumidores levaram à reestruturação da plataforma, que agora permite visualizar os tarifários mais económicos para cada perfil com um clique. A partir das sugestões fornecidas este ano pelos consumidores, iremos continuar a promover a simplicidade e transparência em toda a informação.

O Poupa Energia, gerido pela ADENE, destacou-se pela satisfação na experimentação e intenção de recomendação expressa pelos consumidores. Quais as vantagens do uso desta ferramenta e de que forma ajuda os consumidores?

“

A PARTIR DAS SUGESTÕES FORNECIDAS ESTE ANO PELOS CONSUMIDORES, IREMOS CONTINUAR A PROMOVER A SIMPLICIDADE E TRANSPARÊNCIA EM TODA A INFORMAÇÃO.

NELSON LAGE, PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA ADENE

OS VENCEDORES DO PRÉMIO “CINCO ESTRELAS” 2021 JÁ SÃO CONHECIDOS E A ADENE CONGRATULA-SE PELA VITÓRIA ALCANÇADA COM AS INICIATIVAS AQUA+, CLASSE+ E POUPA ENERGIA. NELSON LAGE, PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA ADENE, RECONHECE O CONTRIBUTO DESTA DISTINÇÃO PARA A PROMOÇÃO DA EFICIÊNCIA ENERGÉTICA E DO USO SUSTENTÁVEL DOS RECURSOS E PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA SOCIEDADE MAIS FORMADA, INFORMADA E SENSIBILIZADA.

RA A TRANSIÇÃO ENERGÉTICA

O Poupa Energia é uma plataforma de comparação de tarifários, com a qual se pretende dotar o consumidor de ferramentas que permitam uma escolha/mudança informada de comercializador, promovendo a eficiência no consumo de energia. A grande vantagem do portal é ter sempre os tarifários atualizados e permitir realizar uma pré-adesão, sendo que o consumidor é depois contactado pelo comercializador escolhido de forma a formalizar o contrato, sem qualquer complicação.

O Poupa Energia dispõe igualmente de um conjunto de dicas de eficiência energética para que o consumidor possa reduzir o consumo de energia na sua habitação.

Uma das preocupações da ADENE prende-se com a apresentação de soluções e ferramentas mais sustentáveis. De que forma a ADENE contribui para a criação de um planeta mais sustentável?

A ADENE promove a eficiência energética e o uso sustentável dos recursos, mobilizando a sociedade no sentido de melhores escolhas e boas práticas. Instrumentos como a certificação energética de edifícios, a etiquetagem energética de janelas, a classificação da eficiência hídrica de imóveis, são exemplos orientados para o consumidor. Para as empresas, temos o sistema de gestão de consumos intensivos de energia, a certificação pela mobilidade eficiente e, em breve, a certificação pela economia circular. Com o Poupa Energia, a ADENE quer promover a eficiência energética ao nível do consumidor, promovendo comportamentos e atitudes sustentáveis, bem como a promoção da aquisição de equipamentos energeticamente eficientes. Com o Observatório da Energia e o CINERGIA procuramos informar e mobilizar a sociedade. Porque acreditamos no trabalho de equipa, valorizamos muito as parcerias, pois juntos vamos mais longe no objetivo de tornar a nossa atividade mais sustentável, preservando o planeta para as gerações vindouras.

Contribuir para reforçar o posicionamento de Portugal na linha da frente da descarbonização e da transição energética é um dos objetivos pelos quais a ADENE trabalha diariamente. Quais os projetos em desenvolvimento e que visam dar resposta a este e a outros valores da agência?

A ADENE pode contribuir para reforçar o posicionamento de Portugal na linha da frente da descarbonização e da transição energética, com uma interação direta com os cidadãos. Acreditamos que o nosso contributo deve centrar-se numa integração ao nível da descarbonização, intervindo ao nível da indústria, e consumo doméstico, e na eficiência energética e hídrica nos edifícios, residências e serviços. Acreditamos nas energias renováveis, apoiando a implementação de medidas no solar, biomassa e outras fontes. A ADENE atua como entidade de suporte ou coordenadora em áreas como a mobilidade e sustentabilidade urbana, nos sistemas de certificação e gestão de consumos

e no apoio à implementação de políticas e programas públicos. Projetos como o ECO.AP, Comunidades de Energia e Combate à Pobreza Energética são exemplos do apoio da ADENE a estas políticas.

Estamos também a reforçar a cooperação institucional, nacional e internacional, com foco nas parcerias, reforçando as relações com autarquias, agências energia regionais e outras entidades. Estamos a melhorar o apoio técnico e uma maior e melhor informação ao consumidor, com foco na educação, formação e informação, através da Academia ADENE, Observatório da Energia e CINERGIA. Apostamos também no reforço da comunicação em questões de literacia energética. Estamos a reforçar os Sistemas de Gestão de certificação na área dos edifícios e da indústria, e renovámos a aposta na Eficiência Hídrica, de modo a alertar para uma maior sensibilização para este outro tipo de eficiência, e sempre numa lógica de integração com a eficiência energética. Aqui destacamos sistemas como o Classe +, Casa+, Aqua+, Move+. Vamos também apoiar a comunicação e informação sobre as Comunidades de Energia e Pobreza Energética e apostar na implementação de um programa de monitorização da energia dos transportes como contributo para a definição da política pública neste domínio. Durante o nosso mandato, queremos criar as bases de um programa de gestão urbana e planeamento na ótica da energia, bem como na criação de um Sistema de Certificação da Economia Circular a apresentar ao Ministério do Ambiente e da Ação Climática.

Ao nível da Cooperação, queremos lançar um programa para a cooperação Internacional de cidades portuguesas na Transição Energética que tire partido de sinergias já criadas. Gostaríamos de relançar a ideia da criação de uma Rede de Agências de Energia dos PALOP e dinamizar o Pacto de Autarcas.

Portugal, através da ADENE, terá a presidência da Rede de Agências de Energia da Europa em 2022, o que permitirá contribuir de forma mais ampla para o desígnio europeu da transição energética, apresentado uma agenda europeia com foco nas pessoas e nas parcerias. Por fim, está para breve o lançamento de um programa de Formação, Informação e Sensibilização para escolas, autarquias, técnicos e instituições, que irá intervir em todo o país num formato itinerante.

O ano de 2020 trouxe grandes mudanças. Com a ADENE não foi diferente, que tem uma nova direção. O que podemos esperar desta ADENE?

Este será um mandato assente numa estratégia apoiada no valor humano das nossas equipas, que são o capital mais valioso da ADENE. Podemos esperar o cumprimento estrito da nossa missão e visão de forma mais sustentável, transparente e audaz, abarcando mais responsabilidades dadas pelo executivo. A ADENE é o somatório do trabalho conjunto e em permanente evolução e adaptação às novas necessidades e desafios do ecossistema. O futuro da ADENE será construído em equipa, em parceria, proximidade e com o foco numa sociedade mais sustentável.



Agência para a Energia

FUTURO

Quais as bandeiras da ADENE para se manter no topo e continuar a criar projetos eficientes e sustentáveis, capazes de surpreender os consumidores?

A ADENE tem no centro da sua intervenção, as pessoas. Essa será a nossa maior bandeira e o fator diferenciador. Fazer acontecer tendo como foco as pessoas, os técnicos, os consumidores, a sociedade e em proximidade e parceria. Continuaremos a apostar nos programas e projetos que nos ajudem nesta missão. A certificação dos edifícios, da indústria, da Economia Circular e de outros sistemas, como a mobilidade, a eficiência hídrica, serão alguns exemplos. Em desenvolvimento temos novos projetos, incluindo o combate à pobreza energética e a aposta numa sociedade melhor formada e mais informada.

É dever da ADENE transferir para a sociedade o conhecimento adquirido nos últimos 20 anos. O nosso maior objetivo é contribuir para uma sociedade mais formada, informada e sensibilizada. Através de programas, projetos e parcerias, bem estruturadas e alinhadas com a política atual.

UMA FÓRMULA DE VIDA

FUNDADA EM 1974, A QUILABAN TEM VINDO A TRAÇAR UM CAMINHO ALICERÇADO EM VALORES COMO A QUALIDADE, SIMPLICIDADE, INOVAÇÃO E EFICIÊNCIA. TEM COMO MISSÃO CRIAR VALOR, ATRAVÉS DA PROMOÇÃO DO ACESSO À SAÚDE. NESSE SENTIDO, A EMPRESA APOSTA EM SERVIÇOS, PRODUTOS E PARCERIAS DE QUALIDADE, CAPAZES DE SATISFAZER AS NECESSIDADES DOS SEUS CONSUMIDORES, SUPERANDO AS EXPECTATIVAS. EM ENTREVISTA À PORTUGAL EM DESTAQUE, SÉRGIO LUCIANO, DIRETOR GERAL DA QUILABAN, DEU A CONHECER UM POUCO MAIS DA EMPRESA QUE É HOJE UMA REFERÊNCIA NA PROMOÇÃO E PRESTAÇÃO DE CUIDADOS DE SAÚDE.



**O PRÉMIO
“CINCO ESTRELAS”
ANIMA-NOS A CONTINUAR
A DAR O NOSSO MELHOR
TODOS OS DIAS, COM A
CONSCIÊNCIA DE QUE
O CAMINHO QUE TEMOS
TRILHADO FAZ SENTIDO
E QUE SE REFLETE NUM
IMPACTO POSITIVO SOBRE
OS CONSUMIDORES.**

SÉRGIO LUCIANO,
DIRETOR GERAL DA QUILABAN



**A nossa fórmula?
187 pessoas
com muita química.**

Soluções de diagnóstico. Consumíveis clínicos e hospitalares. Equipamentos de point-of-care. Medicamentos e outros produtos de saúde, higiene e bem-estar. Serviços clínicos de cirurgia, medicina e enfermagem.

Na Quilaban, trabalhamos um universo complexo de produtos e serviços. Mas a nossa fórmula é simples: combinar múltiplas competências com doses generosas de união, cumplicidade e espírito de equipa.

Tudo com um único propósito: cuidar da saúde e bem-estar de pessoas como nós.

Beloura Office Park - Edifício 11
Quinta da Beloura - 2710-613 Sintra - Portugal



www.quilaban.pt

[www.linkedin.com/
company/quilaban](https://www.linkedin.com/company/quilaban)



www.bambonature.pt

[www.instagram.com/
bambonaturept/](https://www.instagram.com/bambonaturept/)



www.abena.pt/

[www.facebook.com/
abenaportugal](https://www.facebook.com/abenaportugal)

Os vencedores do Prémio “Cinco Estrelas” 2021 já foram divulgados e entre os premiados destacam-se as distinções alcançadas pela marca Abena, na categoria de Fraldas para Incontinência, e pela marca Bambo Nature, na categoria de Fraldas para Bebés. Enquanto representante destas marcas em Portugal, gostava de escutar a reação da Quilaban a este reconhecimento.

Este reconhecimento tem um significado muito especial, porque torna evidente a concretização do nosso propósito de cuidar da saúde e bem-estar de pessoas como nós, confirmado pelos consumidores.

Este desígnio orienta tudo o que fazemos e mobiliza as nossas pessoas para procurar e desenvolver, permanentemente, produtos e soluções capazes de responder, direta ou indiretamente, às necessidades dos consumidores, respeitando os mais exigentes padrões de qualidade. O Prémio “Cinco Estrelas” anima-nos a continuar a dar o nosso melhor todos os dias, com a consciência de que o caminho que temos trilhado faz sentido e que se reflete num impacto positivo sobre os consumidores.

O conhecimento e experiência nos mercados de serviços de saúde de proximidade, a competência dos recursos humanos e a forte cultura de parceria, são apenas alguns dos valores que tornam a Quilaban uma referência na promoção e prestação de cuidados de saúde. Quais os valores que têm guiado a Quilaban ao longo dos anos e que têm contribuído para marcar a diferença no mercado? Serviço, parceria, qualidade, simplicidade, inovação e eficiência são os valores que norteiam a nossa atuação e que, ao longo de 46 anos, têm forjado uma organização orientada para soluções de saúde e bem-estar, com as pessoas que servimos no centro de tudo o que fazemos.

Procuramos compreender os consumidores, os doentes, os profissionais de saúde e as instituições que servimos à luz da sua realidade, interpretando as suas necessidades em função da sua experiência concreta, no seu quotidiano, e desenvolvendo soluções que mitiguem as suas ‘dores’ e promovam



respostas úteis, práticas para os desafios que enfrentam. Fazemo-lo com uma equipa de pessoas apaixonadas pelo serviço, dedicadas à construção de relações de confiança com os nossos parceiros de negócio, através da proximidade da relação, da sua competência, da fiabilidade e da integridade das nossas práticas. Um exemplo desta aproximação é a experiência dos consumidores e dos profissionais de saúde no caso da escala graduada nas fraldas para incontinência, com indicador de humidade, que permite ao cuidador ou ao consumidor perceber qual o nível de utilização da fralda, evitando desperdícios, possibilitando compreender qual o nível de absorção mais adequado a cada utilizador, uma utilização mais eficiente da fralda e maior eficiência operacional no âmbito da atividade dos cuidadores.

A qualidade é um dos valores fundamentais da Quilaban, que aposta no desenvolvimento de produtos e serviços com elevados padrões de qualidade, capazes de satisfazer as necessidades dos seus clientes.

De que forma a Quilaban tem vindo a inovar no sentido de assegurar a máxima qualidade e conforto aos utilizadores dos seus produtos? A qualidade e o conforto associados aos nossos produtos estão muito relacionados com as nossas práticas e com a dinâmica de inovação dos nossos parceiros.

A nossa cultura de parceria e de proximidade promove o desenvolvimento de uma importante rede de partilha de experiências, ao nível da relação com os clientes e consumidores, da seleção de fornecedores e da compreensão aprofundada dos seus métodos produtivos, das suas dinâmicas de inovação





e de qualidade, e ao nível da integração de conhecimento entre os diferentes agentes da cadeia de valor.

As iniciativas no âmbito da Quilaban Academy são um bom exemplo de aproximação entre os intervenientes da cadeia de valor com vista à partilha de conhecimento e experiências e à otimização da oferta de produtos e soluções.

Focada em atingir o seu compromisso de qualidade, a Quilaban aposta numa seleção de fornecedores capazes de satisfazer as necessidades de alargamento da gama de produtos e, simultaneamente, as exigências do mercado. A escolha dos melhores fornecedores e parceiros é imprescindível e um dos maiores aliados da Quilaban?

A escolha dos fornecedores e parceiros de negócio é determinante para qualquer negócio e no nosso caso não é diferente. Temos parcerias muito recentes, que resultam da nossa dinâmica de crescimento, e temos outras que duram há mais de 25 anos.

Quer a dinâmica de crescimento que continuamos a manter, quer a perenidade das nossas parcerias, são fruto de um alinhamento de valores entre nós e os nossos parceiros. Procuramos sempre empresas com as quais tenhamos sintonia de valores e partilhemos o desejo de disponibilizar produtos e serviços orientados para as necessidades dos nossos clientes. Mais do que a qualidade dos produtos, é determinante o alinhamento com os fornecedores e parceiros para assegurar aos nossos clientes experiências positivas que antecedam a compra do produto e que se mantenham e prolonguem no serviço pós-venda.

Com uma filosofia assente na responsabilidade ambiental, uma das principais preocupações da Quilaban prende-se com a sustentabilidade dos materiais utilizados, contando já com várias certificações ecológicas. De que modo a Quilaban contribui para a criação de um planeta mais sustentável?

A Quilaban está comprometida com a Agenda 2030 das Nações Unidas, traduzida nos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Temos, nesse âmbito, múltiplas iniciativas orientadas para a sustentabilidade ambiental. Uma dessas iniciativas é a da promoção de produtos e de parceiros de negócio que partilhem esta preocupação e a determinação em mitigar os impactos ambientais da nossa atuação. A marca Bambo Nature, por exemplo, tem uma gama de fraldas amigas do ambiente, fabricadas a partir de materiais sustentáveis, certificadas por organismos altamente credenciados como o FSC e o Nordic Ecolabel, garantindo as melhores práticas de sustentabilidade com menor impacto ambiental, presentes até na escolha dos materiais para as embalagens, feitas de material reciclado a partir da cana-de-açúcar, o que diminui a quantidade de plástico utilizado. Toda a gama de fraldas para incontinência da Abena tem igualmente o certificado FSC, que garante que o material absorvente utilizado na produção dos produtos é proveniente de florestas sustentáveis.



DESENVOLVIMENTO MAIS INCLUSIVO E SUSTENTÁVEL

A Quilaban assumiu o compromisso de cumprir os dez princípios da United Nations Global Compact, uma iniciativa na área da cidadania empresarial, sobre as áreas dos direitos humanos, práticas laborais, proteção ambiental e anticorrupção.

Acreditamos numa dinâmica humanista dos negócios, assente na construção de respostas positivas às necessidades das pessoas, conjugando a utilidade criada com os impactos ambiental e social daí decorrentes, numa dinâmica harmoniosa e sustentável, constituindo a base de criação de valor económico que alimenta o progresso e o desenvolvimento. A adesão ao United Nations Global Compact, o compromisso com os seus 10 princípios e com a Agenda 2030 e os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável é a evidência do nosso compromisso com uma ação determinada e responsável com vista à construção de um futuro mais harmonioso e sustentável, conjugando o respeito pela dignidade humana com o respeito pela natureza. No âmbito deste programa, estamos envolvidos na definição de metas ambiciosas que esperamos alcançar através de num conjunto muito vasto de iniciativas em diferentes áreas de atuação com impacto em toda a cadeia de valor e em alinhamento com os objetivos universais.



“A NOSSA MISSÃO É PROTEGER E CUIDAR DOS NOSSOS CLIENTES”

O profundo conhecimento dos produtos e do mercado permite à Aegon Santander Portugal proporcionar aos seus clientes uma oferta diferenciada e personalizada, garantindo, assim, a sua total satisfação. Em entrevista, Tiago do Couto Venâncio, CEO, reconheceu a importância da recente distinção alcançada com o Prémio “Cinco Estrelas” e deu a conhecer as linhas orientadoras que têm guiado a seguradora ao longo dos anos.



TIAGO DO COUTO VENÂNCIO, CEO

Há apenas seis anos no mercado português, a Aegon Santander conquistou, pela primeira vez, o Prémio “Cinco Estrelas”, na categoria de Seguros Bancários. O que representa, para si, este reconhecimento?

O Prémio “Cinco Estrelas” tem um significado especial por ser o resultado da avaliação dos clientes, a razão da nossa existência. Num ano de especial dificuldade, em que todas as empresas se viram confrontadas com os desafios que a pandemia trouxe, esta distinção tem ainda mais valor. Faz sentir que respondemos bem e tomámos opções com significado para os clientes, medidas que podem ter tido um impacto positivo nas suas vidas.

Das várias dimensões avaliadas para a obtenção deste prémio, destacam-se a satisfação na experimentação e a intenção de recomendação, bem como confiança e disponibilidade associados à marca. O que distanciou a Aegon Santander dos seus pares?

Vemo-nos como uma empresa orientada para as pessoas. Esse é um sentimento vi-

vido transversalmente na Aegon Santander e acredito que isso seja percebido pelos clientes. A dimensão humana é importante nos serviços, mas é particularmente relevante nos seguros, porque o cliente deposita a sua confiança na Seguradora e fica na expectativa que cumramos o nosso papel, se algo ocorrer no futuro. Os produtos e serviços podem ser fáceis de replicar. Todos podemos replicar uma prática ou cobertura que identifiquemos que seja valorizada pelo consumidor. Mais difícil de replicar é esta dimensão humana associada ao serviço. Agrada-me pensar que pode ser isso que nos distingue.

Durante 2020, a Aegon Santander conseguiu contrariar a queda do setor Vida em Portugal, com a Aegon Santander Vida a crescer 18% e a Aegon Santander Não Vida a subir 19%. O que esteve na origem deste crescimento, em contraciclo com os seus pares?

Em ambas Seguradoras o crescimento ocorreu de forma transversal, em toda as linhas de negócio. No entanto, na Aegon Santander

Vida verificou-se um forte impulso pela evolução positiva dos seguros relacionados com o Crédito Habitação, bem como pela incorporação, em 2019, da unidade de negócio proveniente da Companhia de Seguros Eurovida. Na Aegon Santander Não Vida destacamos a performance dos produtos Multirrisco Habitação e Saúde, este último lançado no final de 2019 tem tido uma boa adesão por parte dos nossos clientes, que lhe reconhecem valor, quer ao nível das coberturas, quer na qualidade de serviço.

Em 2020, e como forma de responder ao momento atual, a Aegon Santander ajustou as condições de alguns dos seus produtos - Vida, Saúde e Desemprego. Que objetivos e motivações estão na base desta aposta?

Quando estabelecemos que a nossa missão é proteger e cuidar dos nossos clientes, isso tem de se refletir na nossa atuação. Ajustámos as condições dos nossos seguros para dar resposta às necessidades que os clientes estariam a sentir. Demos, por exemplo, acesso à App Safecare Saúde a todos os clientes do Banco Santander, independentemente de terem, ou não, contratado este serviço connosco ou serem sequer nossos clientes. Com isso pretendíamos dar acesso a um médico 24h/7 dias por semana, sem limite de utilização e livre de qualquer custo para o cliente. Fizemo-lo logo no início, quando as pessoas tinham muitas dúvidas. É desta forma que nos queremos posicionar no mercado.

Que linhas pretende, a Aegon Santander, seguir para se manter no topo e continuar a satisfazer e surpreender os seus clientes?

Ouvir os clientes é essencial para perceber as suas motivações e identificar formas de nos anteciparmos. É fundamental ter agilidade na concretização e flexibilidade para nos adaptarmos aos desafios, com a permanente reavaliação e ajuste. Por fim, é determinante poder contar com uma equipa coesa, confiante e com vontade de se superar, como a que temos na Aegon Santander e da qual me orgulho.

ARQUITETURA INTELIGENTE

HOME DESIGN E ENGENHARIA DE ILUMINAÇÃO.

Provavelmente, já todos ouvimos falar em algum momento sobre Arquitetura Inteligente, Home Design e Engenharia de Iluminação. No entanto, poucos conhecem o papel determinante que cada um destes serviços assume na criação de espaços mais sustentáveis, energeticamente mais eficientes e confortáveis.

Todos estes elementos jogam em conjunto na hora de projetar um ambiente "inteligente". Leva-se em consideração desde a dimensão e posicionamento das janelas, a orientação solar, ou até o isolamento térmico nas paredes e tetos. Uma iluminação natural suficiente, na maioria das vezes, é capaz de economizar energia. No entanto, maior aproveitamento da luz solar pode aumentar significativamente a carga térmica no mesmo instante, por isso deve haver a necessidade de um projeto luminotécnico capaz de determinar as reais necessidades do espaço.

Novas tecnologias, fazem também parte da equação. O conceito de arquitetura inteligente destaca-se assim por apresentar uma tecnologia mais funcional e mais direcionada para os utilizadores dos espaços. Se para muitos esta é ainda uma realidade desconhecida, para outros é já a escolha mais acertada na hora de projetar um ambiente. A verdade é que quando combinados, estes serviços concedem uma nova visão aos projetos, tornando-os mais sustentáveis, harmoniosos e que pensam na solução como um todo, de acordo com as necessidades, gostos ou até sonhos dos clientes.

FUNCIONALIDADE E CRIATIVIDADE AO SERVIÇO DA ARQUITETURA



As Tiny Houses surgiram nos Estados Unidos da América, mas já há quem as faça em Portugal, como é o caso da Nine Finger Technologies & Home Design. Em entrevista, Michele Renda reconhece que a otimização do espaço é o grande desafio. Para isso, aposta num conceito onde funcionalidade e criatividade são o segredo.

U Nir inovação, funcionalidade, estética e conforto é o grande desafio por detrás da conceção de uma Tiny House. Como são concebidas e estruturadas estas casas de reduzidas dimensões?

Na Nine Finger Technologies & Home Design todos os projetos partem do estudo do comportamento solar que, no fundo, é a chave para o arranque do Design de Interiores, da Engenharia de Iluminação e da Arquitetura Inteligente. A partir desse ponto, redesenhámos toda a planta interna da casa, de modo a adequar-se às necessidades do cliente e da habitação e criamos, nesta Tiny House, a sensação de separação entre a zona íntima e a social, através do uso de uma cama oculta, tornando o ambiente mais leve e arrumado.

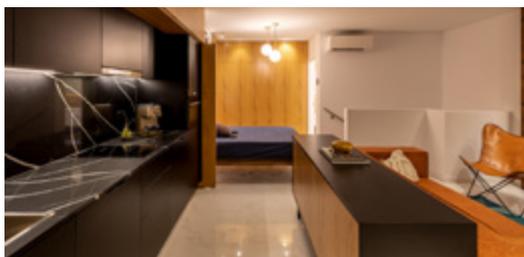
PRINCIPAIS VANTAGENS DO FOTORREALISMO:

Para o cliente

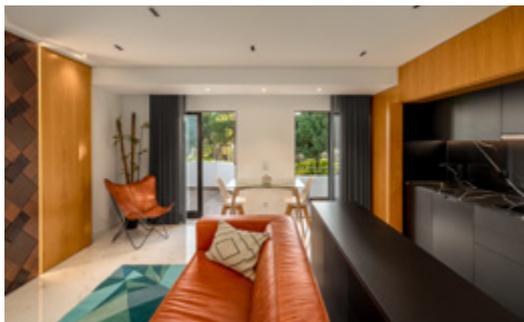
Emerge numa espécie de realidade virtual onde tem, desde início, uma visão realística de como ficará o projeto final. Pode acompanhar todo o processo, intervir, propor alterações e participar ativamente no projeto. Enquanto que os projetos 3D deixavam espaço para a imaginação, os projetos acompanhados de fotorrealismo são mais claros e imediatos.



MICHELE RENDA



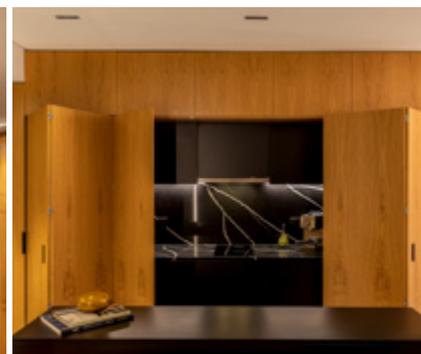
Todas as peças são esboçadas e trabalhadas pela Nine Finger.



Houve um cuidado determinante no design da Arquitetura Inteligente para o controlo solar, através de uma estação meteorológica.



A cama, quando rebatida, abre espaço para um amplo hall de entrada, tendo como principal destaque um painel de madeira personalizado.



Optamos por portas de cozinha em fole para poder ocultar esta se necessário.



O sofá foi desenhado com braços e costas mais largas para servir de apoio a objetos do dia a dia, ou de assento para visitas pontuais.



O painel de madeira trabalhado e um jogo criativo de iluminação dão ritmo visual ao espaço.



O design do espelho foi concebido para desembaiar, automaticamente, quando a humidade relativa saturar.

ESTAMOS DE REGRESSO

PARA MAIS E MELHOR INFORMAÇÃO

RESILIÊNCIA EMPRESARIAL

O INGREDIENTE ESSENCIAL PARA A RECEITA DE SUCESSO DAS ORGANIZAÇÕES

Resistir, adaptar-se e seguir em frente como puder. Este tem sido o lema de muitas empresas resilientes, neste momento de crise causado pelo novo coronavírus. Agora, do que se trata exatamente essa resiliência de que tanto se fala?

A resiliência é hoje vista por muitos como a competência do momento e o ingrediente essencial para a receita de sucesso das organizações. A verdade é que, ela é indispensável para atravessar não só esta, mas qualquer dificuldade que os empreendedores encontram no caminho dos negócios. Assim, uma empresa resiliente não é aquela que nunca passou por qualquer dificuldade, mas sim aquela que soube suportar a pressão, desenvolveu mecanismos para reagir sem perder a essência e encontrou a força necessária para ultrapassar os momentos menos positivos.

Portugal tem, atualmente, um tecido empresarial mais resiliente e informado. As dificuldades trazidas pela pandemia aguçaram a criatividade, inovação e capacidade de superação das organizações portuguesas que, fizeram das fraquezas forças e continuam a triunfar no mundo dos negócios. Todas têm em comum a resiliência, como competência fundamental. Afinal, são os desafios que revelam a dimensão da nossa força e ao que tudo indica o ADN das empresas portuguesas é feito de força hercúlea.



FIEL ÀS RAÍZES CONFIANTE PARA O FUTURO

Quem é Fábio Carmo e como foi traçando o seu percurso até se tornar um reconhecido Chef de cozinha?

O meu percurso foi sempre sendo traçado lado a lado com a cozinha, e talvez por isso me tenha apaixonado por esta arte. Os meus pais quiseram que fosse autónomo desde muito novo e ensinaram-me a cozinhar quando tinha apenas oito anos, sendo que aos nove já fazia bolos de aniversário e salgados, sozinho. Aos 17 anos, acabei por tirar um curso intensivo de cozinheiro e, mais tarde, tive o privilégio de cursar Gastronomia numa filial do instituto 'The Culinary Institute of America'. Tive ainda a oportunidade de tirar uma formação na área da Nutrição e de trabalhar com ótimos Chefs de cozinha como: Alex Atala, Christopher Chabro e Alessandro Sagato. Aos 19 anos já me tinha tornado Sub-Chef de cozinha num hotel com cinco restaurantes. Aos 21 anos tomei a decisão de vir conhecer Portugal. Contudo, quando aqui cheguei, apaixonei-me perdidamente pelo país, pela cultura e, principalmente, pela gastronomia. Foi então que, resolvi estudar tudo quanto podia sobre a gastronomia portuguesa. Acabei também por tirar um curso de Cozinha Molecular, em Espanha e, anos mais tarde, fui para Itália cursar Gastronomia. Para me manter atualizado, aposto em formações na área da restauração, no mínimo, a cada dois anos. Esta é uma área que está em constante evolução e, se queremos surpreender, não podemos estagnar.

O Chef Fábio Carmo já passou por vários restaurantes, que lhe permitiram adquirir um vasto know-how. Quais os projetos que destaca neste percurso?

Foi um longo percurso, marcado pela resiliência. Destaco a minha passagem pelo Hotel Bourbon & Resort, no Brasil. Uma experiência exigente, mas também muito enriquecedora para um jovem sonhador que queria ser o melhor Chef do mundo. Já em solo português, destaco a minha passagem pelo Catering do Estádio da Luz, onde desempenhei a função de Chef de cozinha executivo, durante 11 anos. Atrevo-me a dizer que esta foi, até aos dias de hoje, a maior e mais exigente experiência que vivi. Outro projecto marcante foi a criação do Pastel de Bacalhau com Queijo da Serra, em 2013. Um desafio que exigiu muita garra, empenho e resiliência para alcançar a excelência desta iguaria. Para além disso, destaco a abertura de um restaurante que, infelizmente, acabou por fechar portas. Acredito que todo este processo, me deu



Quando chegou pela primeira vez a Portugal, Fábio Carmo deixou-se surpreender pela gastronomia portuguesa. Desde então, vem escrevendo novos capítulos de uma história de amor pela cozinha, que começou em tenra idade. Fique a conhecer o percurso e conquistas deste Chef, que vem dando cartas no mundo da gastronomia.

mais resiliência, coragem e humildade para enfrentar os desafios do dia a dia.

A restauração foi uma das mais afetadas pela pandemia. Como encara o futuro deste setor, em Portugal?

Se tivermos em conta que representava 14,6 por cento do PIB nacional e mantinha em média 337 mil postos de trabalho, conseguimos compreender a importância deste setor para a economia. Considero que as decisões tomadas foram erradas e precipitadas. Contudo, acredito que se o Governo se redimir e

financiar a recuperação do setor, poderemos terminar 2021 com otimismo. Devemos reinventar-nos, porque ainda há muitas coisas novas para se fazer na restauração. Eu, para além de ser Chef, tenho uma empresa de consultoria (Fiel às Raízes) direccionada para auxiliar os investidores que queiram marcar a diferença na área da restauração, através da criação de novos produtos e conceitos. Quem é visionário sabe que é nos momentos de crise que surgem as melhores oportunidades. Temos de olhar para o futuro com otimismo mantendo, sempre, os pés no chão.



Comemorado a 13 de fevereiro, o Dia Mundial da Rádio celebra a rádio como parte da história da humanidade, acompanhando os diversos desenvolvimentos da nossa sociedade e adaptando os seus serviços. Conforme o mundo muda, a rádio também muda e vai-se adaptando. Assim, durante a pandemia da Covid-19, a rádio possibilitou, por exemplo, garantir a continuidade do aprendizado, combater a desinformação e promover gestos de barreira à propagação da pandemia. Esta celebração é assim uma ode à

resiliência da rádio. Uma homenagem à sua capacidade de adaptação ao ritmo das transformações sociais e às novas necessidades dos ouvintes. Acessível em qualquer lugar e a qualquer hora, a rádio atinge um amplo público. Numa posição única para reunir comunidades e promover um diálogo positivo para a mudança, a rádio apresenta-se como uma arena onde todas as vozes podem ser expressas, representadas e ouvidas, por isso, é ainda hoje um dos meios mais consumidos em todo o mundo.

DIA INTERNACIONAL DAS MULHERES E RAPARIGAS NA CIÊNCIA

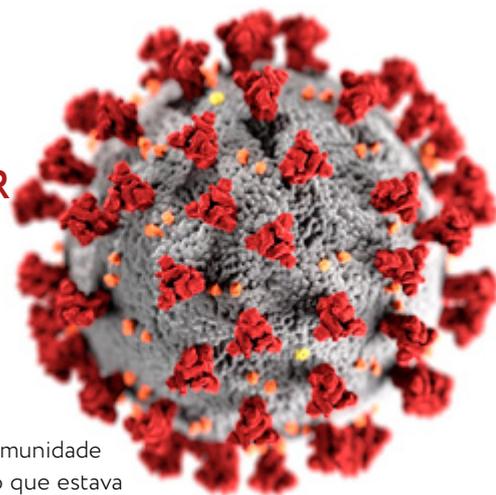
Em reconhecimento dos esforços da UNESCO, ONU Mulheres, UIT e outras organizações relevantes que apoiam e promovem o acesso das mulheres e raparigas à educação, formação e atividade de investigação científica, tecnológica, de engenharia e matemática, a Assembleia-Geral das Nações Unidas declarou, em 2015, o dia 11 de fevereiro como o Dia Internacional das Mulheres e Raparigas na Ciência.

Este ano subordinado ao tema: “Mulheres cientistas na linha de frente da luta contra a Covid-19”, a data visou aumentar a consciencialização sobre a questão

da excelência das mulheres na ciência e lembrar a comunidade internacional de que a ciência e a igualdade de género devem avançar lado a lado, a fim de enfrentar os principais desafios mundiais e alcançar todos os objetivos e metas da Agenda 2030.

O surto da pandemia Covid-19 tem demonstrado claramente o papel fundamental das mulheres pesquisadoras em diferentes estágios da luta contra a Covid-19, desde o avanço do conhecimento sobre o vírus até o desenvolvimento de técnicas de teste e, finalmente, da vacina contra o vírus.

PORTUGAL PODE ATINGIR IMUNIDADE DE GRUPO À COVID-19 JÁ EM AGOSTO



Portugal pode atingir a imunidade de grupo mais cedo do que estava previsto nesta pandemia. O coordenador do Plano Nacional de vacinação, o vice-almirante Gouveia e Melo, admitiu em reunião ao Infarmed, que 70 por cento da população portuguesa pode estar imunizada a meio do verão, ou seja, a imunidade de grupo pode ser alcançada em agosto. Vale relembrar que até à data, já foram administradas mais de 797 mil doses da vacina contra a Covid-19 em Portugal. Cerca de 248.708 pessoas já foram vacinadas, desde 27 de dezembro de 2020, mais de 433 mil receberam a primeira dose da vacina, o equivalente a 4% da população portuguesa, e cerca de 3% da população já recebeu as duas doses da vacina. Com novas vacinas no horizonte e uma maior produção destes fármacos, prevê-se que o ritmo de vacinação vá aumentar. Neste momento, em Portugal decorre a primeira fase de vacinação, estando o início da segunda previsto para abril de 2021.



ECONOMISTA NIGERIANA TORNA-SE A PRIMEIRA MULHER À FRENTE DA OMC

A nigeriana Ngozi Okonjo-Iweala tornou-se a primeira mulher e a primeira africana à frente da Organização Mundial do Comércio, com o apoio do presidente dos Estados Unidos, Joe Biden. Conhecida por ter enfrentado sequestradores dentro de casa, combatido a corrupção e ocupado os cargos mais altos do Banco Mundial, a economista de 66 anos afirmou que a sua prioridade será abordar as consequências económicas e de saúde da pandemia e implementar as respostas políticas necessárias para a retomada da economia global. Com sede em Genebra, a Organização Mundial do Comércio tem 164 membros e estava sem líder desde que o brasileiro Roberto Azevedo deixou o cargo em agosto. Os defensores de Okonjo-Iweala esperam que ela possa revigorar a instituição, que enfrenta a maior crise em 26 anos de história, com membros incapazes de chegar a acordos sobre pactos comerciais e um programa de reforma. A escolha de Ngozi superou oito candidatos de diferentes países e marca a tendência internacional rumo à maior inclusão de lideranças femininas em postos de decisão.

TEMPOS DIFERENTES PARA QUE VOLTEM A SER IGUAIS!

A SEGURANÇA É UM ASSUNTO DE TODOS,
JUNTOS CONSEGUIMOS



COVID -19



DYRUP

TRANSFORME A SUA CASA
NUMA OBRA DE ARTE COM

DYRUSTAR



2º ANO CONSECUTIVO



CH2 0843 Jaime Seguin

Se há uma tinta que puxa pelo seu talento é Dyrustar. Crie ambientes perfeitos pela sua própria mão, como uma obra de arte.

Fácil de aplicar e lavável, Dyrustar é uma tinta ecológica de elevada qualidade com máxima cobertura e rendimento, que previne o aparecimento de fungos e consegue um acabamento de mestre.



DYRUP.PT
808 502 000